ABRIL 2020

Informe Turismo Rural

“Escenario COVID-19”

Red Arrayan de Cultura Patrimonio y Medio Ambiente

Introducción

- La actual situación derivada de la pandemia de la COVID-19 está dañando gravemente a todos los sectores productivos de nuestra economía. Todos están siendo afectados por las medidas de prevención y confinamiento pero esta afectación es asimétrica dependiendo de las características específicas de cada uno de ellos.

- El turismo, motor principal de nuestra economía con el 12,3% del PIB, es uno de los sectores más damnificados por lo que su recuperación es de vital importancia para nuestra economía y mercado de trabajo (representa el 12,7% del empleo)

- Desde Red Arrayan nos hemos puesto a trabajar en modificar nuestros planteamientos sobre este sector para adaptarlos al nuevo escenario actual (contención) y futuro (recuperación) que se han abierto a raíz de la pandemia de la COVID-19.

- ✓ Hemos analizado varios informes y estudios del impacto en el sector turístico para intentar obtener ciertas certezas en esta situación de gran incertidumbre. Creemos que es necesario clarificar todo lo posible la situación a corto plazo. Analizar la capacidad de este sector para subsistir a la situación actual. Por otro lado debemos sentar las bases para, una vez superada la crisis, reactivar la actividad de tal forma que la recuperación sea lo más rápida e incluyente posible.

- ✓ En este sentido hemos diferenciado nuestra investigación en función del horizonte temporal:

  - **CORTO PLAZO:** El escenario de la contención, minimizar los daños causados por el parón de actividad.

  - **MEDIO PLAZO:** Adaptación del sector a la nueva realidad surgida de la crisis.

  - **LARGO PLAZO:** Diseño de un nuevo modelo turístico más resiliente y adaptado a futuras alteraciones, siendo la sostenibilidad su eje vertebrador.

Impacto en el Turismo

Las Previsiones

- Descenso de entre el 20% y el 30% del turismo mundial en 2020 según la OMT (Organización Mundial de Turismo)
- Reducción en España de los visitantes internacionales de entorno al 56% pasando de 92.337M€ de gasto a 46.620M€ en este año.
- Se estima que los países emisores en los que más descenderá el número de viajeros, por orden de descenso, son: Reino Unido, Italia, Alemania, Francia y los Países Nórdicos.
- Se estima una reducción de la actividad de prácticamente el 100% para el 2º Trimestre del año y del 50% para el 3º Trimestre, coincidiendo con la temporada de verano (datos de Exceltur)
- En el estudio de DNA Turismo y Ocio un 6% de las empresas turísticas estima que cerrará definitivamente. Un 41% que su facturación anual caerá más de un 70%. Un 31% que se reducirá un 50% y un 10% de empresas en las que caerá un 20%.

Corto Plazo

- El Turismo Rural a día de hoy es uno de los subsector más expuesto en esta crisis debido al reducido tamaño de las empresas que forman su tejido productivo. Si a escala nacional, en el conjunto del sector, las Pymes representan el 85%, en el turismo rural esta cifra aumenta aún más siendo las microempresas y autónomos la base fundamental del ecosistema empresarial.

- Debido a su reducido tamaño, estas empresas no cuentan con los recursos financieros suficientes como para afrontar por sus propios medios un escenario de ingresos cero pero en el que perduran los gastos fijos. Esta desviación produce una importante falta de liquidez a corto plazo. Se han puesto en marcha medidas para limitar estos efectos, centradas principalmente en el aplazamiento de estos gastos. Pero no podemos olvidar que estas medidas únicamente retrasan el problema, no lo solventan.

- Sin otro tipo de medidas, estas empresas pueden convertir el problema de liquidez a corto plazo en uno de solvencia en el medio. Una vez reanudada la actividad, la deuda acumulada en este tiempo puede no ser asumible con los ingresos ordinarios y menos con una demanda al ralentí. En este caso nos encontraríamos con un escenario de destrucción del tejido empresarial del turismo rural, un empobrecimiento en la oferta de servicios y por consiguiente una merma en el atractivo de los destinos.

- Por ello creemos indispensable un plan específico para el turismo rural. Poner en marcha medidas especiales para proteger nuestros destinos. La coordinación entre los tres sectores (público, privado y asociaciones) y a todos los niveles será vital para encontrar las políticas más precisas y la forma más eficiente de aplicarlas.

Acciones Corto Plazo

- Medidas excepcionales para poder posponer los gastos fijos hasta la reanudación de la actividad.
- Apoyar y proporcionar la información necesaria para el acceso a fórmulas que proporcionen liquidez a corto plazo con unos costes asumibles.
- Plan específico para atenuar el volumen de endeudamiento acumulado, aumentando los plazos de devolución sin aumentar excesivamente los costes financieros que se derivan de ellos.
- Poner en marcha iniciativas colectivas innovadoras y excepcionales que compensen la actual situación con opciones a futuro para cuando la demanda se recupere.
- Desarrollar un plan de inversiones que incida en los elementos clave para asegurar la viabilidad de las empresas y la sostenibilidad de los destinos.

Medio Plazo

- En el medio plazo, la vuelta a la actividad del sector será paulatina y no podemos perder de vista la posibilidad de retrocesos en la “desescalada”. Aunque a día de hoy sigue sin estar clara la fecha ni el modo preciso de llevarla a cabo, si hay cierto consenso sobre las líneas generales que afectarán a este sector.

- El turismo rural y más concretamente el ecoturismo están bien posicionados cómo los subsectores que antes verán la vuelta a la actividad. Esta posición privilegiada dentro del turismo es producto de su modelo basado en la escasa masificación, relación con el aire libre, la seguridad y la sensación de soledad y contacto con la naturaleza. A esto se añade que muy previsiblemente el primer mercado que se abrirá será el de proximidad (regional) por el que se apostará en un primer momento, más tarde el nacional y por último el internacional.

- El Ecoturismo será durante un tiempo una de las pocas posibilidades y más seguras de viajar. En primer lugar por las restricciones de movimiento y en segundo lugar por la escasa confianza del consumidor para realizar grandes viajes por los riesgos que conllevan.

- En el momento que llegue la reactivación, la realidad del sector ya no volverá a ser la misma que antes de la Pandemia. Es de prever que se impondrán muchos cambios. Algunos de ellos serán temporales, otros permanecerán en el tiempo. Independientemente de la duración de los mismos es imprescindible irlos anticipando, adaptando y preparando su implementación si queremos que la recuperación sea lo más rápida posible.

- Ya se está trabajando en los requisitos y protocolos higiénico-sanitarios así como de distanciamiento social que tendrán que establecerse en todos los servicios. Esto requerirá de medios técnicos y tecnológicos que deben ser estudiados e implantados con anterioridad.

- Será necesario analizar con detalle cada uno de los elementos que conformen los servicios que se presten para poder dar a los clientes las más altas garantías de prevención de riesgos sanitarios. Tenemos que ser conscientes que en un primer momento, recuperar la confianza de los turistas, ofrecerles seguridad, será fundamental para reactivar la demanda.

- La tecnología será otro de los factores importantes en este escenario. Con el confinamiento los hábitos del cliente final se han digitalizado aún más de lo que lo estaban anteriormente. Es de esperar que estos niveles desciendan tras la retirada de las restricciones pero, como sociedad, hemos aprendido las ventajas que nos brinda la tecnología, un cambio que ha venido para quedarse y al que debemos adaptarnos rápidamente.

- Será imprescindible una estrategia como destino para recuperar la confianza de los consumidores y ser capaces de potenciar el mercado interno, posicionando el turismo rural como una alternativa atractiva y sobre todo saludable para los turistas nacionales.

Acciones Medio Plazo

- Plan de implementación de las medidas higiénico-sanitarias que nos permita anticiparnos a la reapertura. Tenemos que hacer llegar a las empresas información permanente, fiable y concisa sobre la evolución de los requisitos que se irán estableciendo.

- Sería conveniente que se facilitaran ayudas para que las empresas puedan invertir en estas medidas de prevención teniendo en cuenta el balance de situación presente y futuro que soportan estas empresas.

- Plan urgente de digitalización del sector con carácter dual. Individualmente dentro de las empresas y colectivamente a nivel de los destinos. La sustitución del contacto personal en la medida de lo posible será necesaria como medida de seguridad sanitaria y de confianza de los cliente.

- Plan de Marketing de los destinos. La única forma de poder llegar de forma masiva y movilizar la demanda interna es a través del despliegue de una estrategia colectiva de posicionamiento, atracción y comercialización que tenga su principal apoyo en los medios digitales.

Largo Plazo

- Antes de esta crisis ya se estaba apuntando, a escala global y nacional, la necesidad de replantearnos el modelo turístico. Lo que antes era una prevención a largo plazo por le insostenibilidad del actual turismo de masas, ahora se ha convertido en una necesidad estratégica para la subsistencia del sector.
- Con esta situación ha quedado en evidencia la debilidad de este modelo, muy dependiente de la estacionalidad y del mercado exterior sin un contrapeso estable que pueda sostenerlo con la demanda interna y una oferta potente que cubra todo el año.
- Hoy no se puede descartar que en un futuro próximo nos vuelvan a golpear otras crisis, ya sean sanitarias, climáticas o de otra índole. Para poder hacer frente a estas posibles situaciones reduciendo la incidencia en el sector necesitamos hacerlo más resiliente. Diversificar sus apoyos de tal forma que si uno se ve afectado, el resto pueda seguir sosteniéndolo.
- El Turismo Rural puede convertirse en uno de estos apoyos, es potencialmente sostenible, puede ofrecer un gran número de experiencias no dependientes de la temporada estival, está enfocado a un perfil interior, es más saludable y seguro, menos masificado y cuenta con un patrimonio natural, social y cultural muy importante.
- El potencial del turismo rural como alternativa es evidente pero necesita una apuesta decidida por parte de todos los actores implicados para poder desplegar ese potencial. Requiere de un verdadero plan estratégico integral que aborde sus debilidades. La comercialización, la digitalización, las inversiones públicas y privadas, la cooperación a nivel de destino son algunas de las asignaturas pendientes que debemos resolver urgentemente.

Acciones Largo Plazo

- Diseñar un nuevo modelo turístico más sostenible y resiliente que fomente las fortalezas de cada destino generando nuevas oportunidades.
- Favorecer la inversión tanto pública como privada para el crecimiento de las capacidades del turismo rural que se traduzcan en riqueza, bienestar, empleo y sostenibilidad de las zonas rurales.
- Desarrollar Planes estratégicos para cada territorio que cuente con la colaboración publico-privada y establecer formulas de gobernanza compartida para implementarlos con eficiencia.
- Apoyar el crecimiento de las empresas dotándolas de medios suficientes para garantizar su solvencia así como su capacidad de resistencia y adaptación a entornos cambiantes.
- Desarrollar los destinos como motores capaces de liderar, coordinar y apoyar a los diferentes actores que intervienen en él.

Conclusiones

- El Turismo Rural y el Ecoturismo tienen mucho potencial sin explotar en nuestro país. Tienen la capacidad de consolidarse como una alternativa sostenible y rentable al actual modelo turístico que además impulse el desarrollo de nuestras zonas rurales. Esta capacidad de aunar desarrollo económico, social y natural hacen de él un sector estratégico a tener muy en cuenta en nuestro futuro como sociedad.

- Actualmente y debido a la crisis sanitaria que estamos padeciendo así como a la económica y social que se derivan de ella, este sector presenta serias amenazas que deben ser despejadas lo más rápido posible por todos los que de una manera u otra apostamos por su desarrollo.

- Desde Red Arrayan estamos decididos a actuar cuanto antes con las posibilidades que tenemos a nuestro alcance.
  - Creemos que sería aconsejable elaborar, por parte de la CETS (Carta Europea de Turismo Sostenible), un nuevo Plan Estratégico que parta de la base de la situación actual ya que el que se encuentra en vigor a quedado desfasado por los recientes acontecimientos. Su objetivo sería minimizar los riesgos del corto plazo, implementando iniciativas colectivas de contingencia para no sufrir una importante destrucción del tejido empresarial que lastre la futura recuperación.
  - La otra cara de este Plan Estratégico consistiría en una estrategia de reposicionamiento del sector para poder encarar en las mejores condiciones posibles la vuelta a la actividad de tal forma que no se desperdicien las ventajas competitivas con las que cuenta nuestro destino y que nos permitan explotar nuestras fortalezas en el medio y largo plazo.

- Por otra parte vamos a intentar acelerar todo lo posible el proyecto en el que estamos trabajando actualmente para la renovación de la Agrupación Empresarial Innovadora de Turismo e Innovación en Castilla y León (Turincal), ya que su puesta en funcionamiento cubriría las necesidades en innovación que el turismo rural tiene en el medio y largo plazo.
- Turincal puede convertirse en el nexo de unión entre los avances en conocimiento aplicado, tanto tecnológicos como empresariales, que se producen entorno al sector turístico y los destinos del medio rural de Castilla y León. Recoger este conocimiento y traducirlo en soluciones reales que se adecuen a las necesidades y características de las diferentes empresas es fundamental para que estas no se queden descolgadas con los grandes cambios que ya se están produciendo en nuestra sociedad.
- Por último queremos retomar la iniciativa de buscar una fórmula para que las empresas turísticas del Parque Natural de Las Batuecas-Sierra de Francia puedan pertenecer a la Asociación de Ecoturismo de España. Nuestra asociación forma parte de esta Agrupación Empresarial Innovadora de carácter nacional desde su fundación y nuestra intención es ofrecer a estas empresas, en coordinación con la CETS, la oportunidad de beneficiarse de las ventajas de estar presentes en este Club de Producto Turístico.

Es urgente salvaguardar el turismo rural en esta coyuntura tan excepcional.

Muchas de nuestras zonas rurales dependen de ello.

Red Arrayan de Cultura Patrimonio y Medio Ambiente

C/ Hastial 8 San Esteban de la Sierra (Salamanca)

red-arrayan.com

Informe elaborado por Juan Andrés Poveda Espinel

juanandres@red-arrayan.com